

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhiri, S. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*. 1(1), 50–63.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan kedua belas. Alfabeta: Bandung.
- Anastasya,U. Dan Nurendah, Y. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.*Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 2(2), 181-190.
- Budiyanto, A. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Proses Pembelian Konsumen Mobil Mitsubishi Expander. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 3(21),202-222.
- Fuad, N., A., Arifin, Z., & Yulianto, E. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pemilik Sepeda Motor Honda Beat Karburator di AHASS Barokah Motor Kediri). *Jurnal Ilmu Manajemen*. 8(1), 45.
- Hermansyur, H. M., & Aditi, B. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*. 3(1), 32–43.
- Isa, F. J. M. 2015. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Jajan Kota Gorontalo. *Skripsi*. Program Studi S1 Manajemen Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo.
- Septayuda, I.2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi-4X. *Jurnal Ilmiah MBiA*. 16(3), 127–136.
- Kotler, P., Dan G. Amstrong. 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Sepuluh Jilid I. PT Indeks: Jakarta.
- . 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Sembilan Jilid I. PT Indeks: Jakarta.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian*. Jakarta. Terjemahan Ellen Gunawan. Edisi Kelima. Jilid I: Erlangga

- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian*. Jakarta. Terjemahan Ellen Gunawan. Edisi Kelima. Jilid II: Erlangga
- \_\_\_\_\_. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Ed: 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2011 *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*, Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Septayuda, I. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi-4X. *Jurnal Ilmiah MBiA*. 16(3), 127–136.
- Stanton, W. J. 2007. *Prinsip Pemasaran*. Jilid I Dan II. (Terjemahan: Lamorto). Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono . 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Swastha Dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Moderen*. (Edisi Ii, Get. Vhi): Liberty Yogyakarta.
- Syaleh, H. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Perusahaan Tjahaja Baru Bukittinggi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*. 1(1), 68–82.
- Velamasari, A., & Nirawati, L. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Bisnis Indonesia*. 5(1), 92.
- Walukow, A. L. P., Mananeke, L., & Sepang, J. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bantenan Center Sonder Minahasa. 2(1), 1737.
- Walukow, A, L, P., L, Mananeka, dan J, Sepang. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bantenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*. 2(3). 1737-1749.